

论企业的社会责任

洪承威

摘要 企业社会责任是社会发展的产物,企业社会责任理论是为了修正“股东利益最大化”这一传统理论而产生的。本文主要论述了企业社会责任理论的缘起、企业社会责任的内涵与定性,并对企业社会责任的规制与引导进行初步的探讨。

关键词 企业 社会责任 股东利益

作者简介 洪承威,厦门大学法学院。

中图分类号 C912

文献标识码 A

文章编号 :1009-0592(2011)07-278-03

一、问题的提出

中国卫生部(2008年9月)11日晚指出,近期甘肃等地报告多例婴幼儿泌尿系统结石病例,调查发现患儿多有食用三鹿牌婴幼儿配方奶粉的历史,经相关部门调查,高度怀疑石家庄三鹿集团股份有限公司生产的三鹿牌婴幼儿配方奶粉受到三聚氰胺污染。中国卫生部专家指出,三聚氰胺是一种化工原料,可导致人体泌尿系统产生结石。石家庄三鹿集团股份有限公司11日晚则发布产品召回声明称,经公司自检发现2008年8月6日前出厂的部分批次三鹿婴幼儿奶粉受到三聚氰胺的污染,市场上大约有700吨。三鹿集团公司决定立即全部召回2008年8月6日以前生产的三鹿婴幼儿奶粉。三鹿集团是中国最大的奶粉生产企业。^①

上面这个事件是过去的两年多以来停留在中国人内心的伤痕,至今细想起来仍让人唏嘘不已。但这也只是“毒奶粉”事件爆发的一个起点而已,随后的跟踪报道,更是触目惊心。不断曝光的“毒奶粉”事件,引起了国人对受害儿童的关注,这些问题企业也招致了社会的愤怒和谴责。从事后的处理结果看,企业的负责人、政府相关人员分别受到不同程度的处理。但是,仅仅处理这些人员,从刑事处罚角度上对企业负责人追究责任,是否从根本上解决了这些事件呢?一些学者对这一事件表达了关切,认为三鹿公司的“毒奶粉”事件是中国2008年遭受的第二次大地震(“三鹿地震”)^②,并认为企业应承担一定的社会责任。但是,企业应承担什么样的社会责任,如何对企业承担的社会责任进行规制,目前在学界众说纷纭,尚无定论。本文拟借这一事件,对企业的社会责任^③进行初步的探讨。

二、企业社会责任理论的缘起

一般认为,企业社会责任发端于美国,是由美国学者谢尔顿(Olive Sheldon)于1924年首先提出的。而引人关注的,是上世纪30年代以来,在美国学者Adolf A. Berle和E. Merrick Dodd之间的一场关于公司社会责任的争论,并形成了两派观点鲜明的对立立场。争论的焦点是董事和经理应当为谁服务。Berle主要从公司治理的角度出发,立足于对股东利益的保护,认为应当强化董事和高级管理人员的受托人责任,加强对股东利益的保护;而Dodd则认为董事、高级管理人员应当承担更多的社会责任。这场争论并未结束,相反它仍在继续。后来更多的学者加入论战的阵营,甚至从法律学界蔓延到经济学界和社会学界。^④

公司社会责任是对公司的绝对营利性的理论修正。传统的公司法理论认为,公司的本质及存在的目的就是营利,股东利益最大化才是公司运转的唯一目标。因此,公司董事、高级管理人员在法律上对股东承担受信义务,公司也只对股东利益的最大化承担责任。正如英国著名学者论述的,在英国法上,董事的义务被分为两部分:注意义务和受信义务,而关于这些义务的规则大部分来自普通法和衡平法。而董事对公司负有注意义务和受信义务即被认为是为公司资本的提供者——股东(应予以注意的是,此处的“股东”是作为一个整体而言的,而非指个体的股东)负有注意义务和受信义务。^⑤这一传统理论尽管受到后来发展的社会状况以及社会责任理论的挑战,至今仍是构建公司法大厦的主要基石之一。我国公司法理论也继受了这一观点,并于2005年《公司法》第一百四十八条和第一百四十九条规定了董事、监事和高级管理人员对公司负有忠实义务和勤勉义务。

随着工业化的发展,公司规模的扩大以及公司权力的扩张,公司已然成为支配社会的主要力量。整个社会的运转,离不开公司这一实体。可以说,每个社会中的人都直接或间接地与公司在打交道。公司作为社会成员之一,在消费、环保、卫生等领域发挥着举足轻重的作用,其一举一动与社会关系中的其他成员利益息息相关。公司生产和提供人们所需要的产品和服务,人们从中获得实惠,而公司则从中获得其所追求的利润。这种共生关系,将公司与社会其他人员联系在一起,构成一种利益的共同体。在这一利益共同体中,包含着公司与社会其他成员的权利和义务,被视为是一种社会契约。公司负有的社会责任,即是基于此社会契约而生。虽然股东利益最大化仍被认为是公司的主要目标,但是长久以来不断发展的理论与实践,逐渐改变公司生存和发展的这个唯一目标,并赋予公司一定的社会责任。公司不仅应当对股东的利益最大化承担责任,而且还应当对股东之外的利益相关者(包括雇员、消费者、债权人、环境、社会等)承担责任。

三、企业社会责任的内涵和定性

尽管学者普遍认为企业应当承担社会责任,但对于企业社会责任的内涵,却见仁见智,至今尚未有统一的认识。刘俊海教授认为,企业社会责任核心就是倡导公司在为股东创造满意的投资回报之外要尽量第关注股东之外的利益相关者,这个利益相关者主要包括债权人、消费者、劳动者、环境利益以及代际利益(代际利益

包括未来出生的孩子的利益)等。^⑥朱慈蕴教授也认为,公司的社会责任是指公司应对股东这一利益群体以外的,与公司发生各种联系的其他相关利益群体和政府代表的公共利益负有的一定责任,主要是指对公司债权人、雇员、供应商、用户、消费者、当地住民以及政府代表的税收利益等。^⑦刘俊海教授和朱慈蕴教授的观点表述不同,但是内涵相当,都认为公司社会责任的对象为公司股东以外的利益相关者。有一种观点则认为,利益相关者包含股东,公司社会责任蕴含着对股东的责任。^⑧但是通过上文对公司社会责任理论发展历程的考查,我们可以看出,公司社会责任理论的初衷是修正“股东中心主义”,是为了避免公司为了追求股东利益最大化而损害了股东以外的其他相关利益者的利益。股东与股东以外的利益相关者是两类不同的主体,他们与公司的利益是不同的,而且公司社会责任理论并未完全否定股东利益最大化,而是强调公司在追求股东利益最大化的同时,需承担一定的社会责任,那么这一社会责任就应该认定是公司对股东之外的其他利益相关者所负的责任。有学者认为,股东是公司存在的基础,没有股东就没有公司,把股东排除在利益相关者之外,公司利益相关者的治理模式将会失去根基,无法建构。^⑨笔者认为这种担心是多余的,把股东和股东以外的其他利益相关者的利益这两类利益进行区分,并不意味着公司在考虑公司利益相关者的利益时就不考虑股东的利益,而是为了分清这两类利益之间的不同,以便公司在决策时,在此二者之间进行利益衡量既要实现股东的利益同时也要兼顾公司利益相关者的利益。因此,笔者认为公司利益相关者不包括股东,公司的社会责任即是指公司对公司股东之外的、与公司有关的其他利益群体的责任,这种观点是比较适宜的。

根据不同的标准,公司社会责任有多种分类。主要有以下几种:一是根据社会责任创设的规范源泉是源于法律规则还是伦理规则,公司社会责任分为法律层面的社会责任和伦理(或者道德)层面的社会责任。二是根据社会责任的表现形态,公司社会责任分为决策程序中的社会责任和决策结果上的社会责任,前者强调利益相关这对公司决策程序的动态介入,后者则不管决策进程如何,但是要求公司的决策结果体现出对于利益相关者利益的尊重和满足。三是根据利益相关者的类别,公司社会责任分为对消费者的社会责任、对劳动者的社会责任、对环境的社会责任、对债权人的社会责任等。^⑩

我国学者一般主要从法律层面的社会责任与伦理层面的社会责任对公司社会责任展开论述,主张公司社会责任只能是道德底线的要求。^⑪法律与道德是一个永恒的话题,当代西方法学界在法律与道德的关系上存在重大的分歧,并导致了法律实证主义与自然法学的长期论战。尽管哈特教授主张法律与道德的分野,但是他也强调“法律是最低限度的道德”。法律实证主义与自然法学虽然观点对立,但无法否认的现实是法律与道德确实存在着交叉与渗透,法律意识与道德观念具有同一属性而相互联系,法律规范与道德规范的调控范围有所重叠而相互包容。^⑫认为公司

社会责任是道德底线的要求,也就是认为将最低限度的公司社会责任道德法律化,亦即哈特教授所说的“法律是最低限度的道德”。而问题的关键在于,应在多大的范围内将公司所负的社会道德责任上升为法律规范,或者说什么是公司所负的最低限度的社会道德。在承认道德与法律存在一定界限的同时,我们又面临着这么一道难题,到底道德与法律的这条界限如何确定。要想厘清这条界限恐怕是最难的了,这也正是公司社会责任法律化的难处。随着社会的变迁以及人们观念的转变,道德与法律之间的界限又会出现模糊甚至社会转换,现在的道德可能在将来被上升为法律要求,而彼时的法律要求则可能变为道德上的约束。因此,公司的社会责任,注定是一条会随着社会发展而改道的河流,在道德与法律的边缘上来回流淌。

从我国的现实来看,下面的观点应该是值得赞同的:公司的社会责任既包括法律层面的社会责任也包括道德层面的社会责任,同时又应该承认,法律层面的社会责任与道德层面的社会责任在一定的条件下会互相转化。法律层面的社会责任主要体现在国家通过法律、法规等对公司的社会责任作出要求,这些要求是具有法律强制约束力的。而道德层面的社会责任则无明确的范围界定,主要是以社会的公平正义理念、公序良俗等作为判断的基准,通过舆论、社会监督、企业的良心情感等方式实现,这一层面的社会责任无法法律强制约束力。应该予以注意的是,现在一些国际组织以及行业协会出台了一些声明、指南、准则等,例如国际劳工组织(ILO)通过的《关于跨国公司和社会政策的三方原则宣言》、经济合作与发展组织出台的《经济合作与发展组织跨国企业指南》、国际玩具工业协会推行的《国际玩具协会商业行为准则》等,试图对公司的社会责任进行约束。这类声明、指南、准则等在国际法和国内法上不被认为具有法律效力,但是他们被行业内企业所遵守,甚至在某些案件中被作为一种准法律来运用。有学者将这些规则称为“软法律”。^⑬我国国内的一些行业协会也经常以指南等形式对行内企业的行为进行约束,这些规则虽然没有像法律那样有强制力而对企业形成外在的约束力,但是对企业的行为能起到自律作用,在一定程度上能对企业承担社会责任产生促进作用。因此,在考虑将道德层面的社会责任法律化的同时,似乎可以谨慎一点,可以借鉴诸如“软法”这类的规则,从行业内的外部规范到企业的自觉遵守,依靠市场的力量、舆论的压力等,进而促进企业社会责任的承担。

四、企业社会责任的规制与引导

正如上文所述,企业的社会责任既包括法律层面的社会责任也包括道德(或者道德)层面的社会责任。因此,要落实企业的社会责任,不仅要法律规范角度对企业的社会责任加以约束,同时需采用其他方式,从伦理(或者道德)的角度对其加以引导。

(一)完善现实可行的企业社会责任法律规范

从目前现有的法律规范来看,我国法律对公司社会责任的规定主要是一种宣示性的规范。以我国公司法为例,《公司法》第五

条规定“公司从事经营活动,必须遵守法律、行政法规,遵守社会公德、商业道德,诚实守信,接受政府和社会公众的监督,承担社会责任”。该条规定是对公司社会责任的原则性要求。楼建波教授对该条规定进行了剖析,认为该条规定既包含法律责任又包括道德责任:公司从事经营活动,必须承担社会责任——不仅要遵守法律、行政法规的规定(法律责任),还要遵守社会公德、商业道德、诚实守信、接受政府和社会公众的监督(道德责任)。^④

对于该条前半部分规定(法律责任),借用刑法上的用语——“引证罪状”,我们可以称此规定为“引证性规定”,即公司要遵守的关于法律责任的规定,必须引用其他法律、行政法规的规定才能对公司的法律层面的社会责任加以认定和约束。但是,我国目前的法律、行政法规对公司社会责任的规定大都属于原则性规定,缺乏现实的可操作性,即使通过公司法第五条的引证而引用其他法律、行政法规的规定,仍无法落实公司的社会责任。这种现状有待于立法者在修改相关法律时,对企业的社会责任加以更多的考虑,使之更具操作性。从《公司法》方面看,可以考虑在修改公司法时,借鉴国外的相关立法例,通过对公司目的的重新界定,改革董事的义务责任体系,增加“相关利益者”条款,以强化公司的社会责任。譬如,可以借鉴美国宾州(Pennsylvania)以制定法的形式,特别授权公司董事会在公司收购之决策时,得考虑股东以外之团体的利益。^⑤

对于该条后半部分规定(道德责任),如何让法律规定的道德层面上的社会责任具有强制力,目前尚无更好的实施办法。此部分的规定,可以认为是法律对企业的一种道德上的要求,更依赖于企业自身的自觉遵守。从法律适用角度看,此规定可作为法官判断企业是否遵守法律规定的道德层面上的社会责任的一种准则,由法官在具体案件的审判中自由裁量。

(二)通过多方渠道,引导企业承担社会责任

古人有言“徒法不足以自行”,实现企业的社会责任仅仅依靠法律规定,是不足以取得良好效果的。

首先这是由于法律规定的局限性所决定的,法律的制定往往追求稳定性,而稳定性又意味着法律往往要滞后于社会现实的发展,这就必然导致了法律在实施过程中无法时时刻刻满足现实的需要。

其次还由于企业社会责任的道德属性更强,要在道德与法律间划出清晰的界限,实在是难为立法者。因此,要落实企业的社会责任,在诉诸法律之余,仍需求诸于其他途径。而正如经济学中的“理性人”,企业是逐利的,其主要特征和目的仍是实现股东的利益,要让企业完全抛弃股东的利益而承担社会责任是不可能也是不现实的。相反,应该让企业明白,承担社会责任不仅是利他的,也是利己的事情。如此一来,企业就有自觉履行社会责任的动力和决心。

首先,可以通过第三方认证的方式,推进企业履行社会责任。比如,社会责任国际咨询委员会负责起草社会责任国际标准,从

第三方认证的角度出发,设计了社会责任 8000(SA8000)标准和认证体系,这些标准和认证体系包含了覆盖道德、社会和环境等范围很广的标准,通过这种第三方的认证,对企业来说是一种良好的信誉,同时也推进了社会责任在企业的有效实施。^⑥

其次,可以通过舆论、媒体宣传等方式,树立企业履行社会责任的观念。近年来在网络上流行的“慈善企业排行榜”,颇具一定的影响力,作为企业的经营者,对自己企业的名誉肯定是最在意的。若是榜上有名,对企业而言,不仅是一种荣誉,更为企业在品牌和宣传上起到一定的积极作用,无形中可为企业提高市场的竞争力。因此,通过诸如网络以及社会舆论等媒介,通过互惠的方式,来促使企业履行社会责任,不失为一种较好的尝试。

再次,可以通过行业协会的行业规范,指引企业承担社会责任。行业协会作为行业内企业的自律组织,其出台的指引、指南等,往往对企业的行为有一定的规范指导作用。企业为了在行业内生存和发展,通常也会遵守行业协会的相关规定。因此,行业协会出具的指引、指南、规定等,具有学者所称的“软法”效力。通过行业协会这种自律组织的规范,来指引企业承担社会责任,相对法律而言,其实施成本也会更加低廉,实施效果也可能比法律规范这种“硬法”更好。

五、结语

企业社会责任是随着工业化社会发展而产生的,可以说企业社会责任是法律责任和道德责任的复合体。同时,企业社会责任理论是为了修正“股东利益最大化”的这一传统理论而诞生的,要落实企业的社会责任,需要企业在决策时衡量股东与股东以外的其他利益相关者之间的利益关系,对其他利益相关者的利益给予一定的关注和考虑。这不仅需要完善相关法律法规,由法律法规在企业与股东以外的其他利益相关者之间、利益相关者与利益相关者之间进行利益衡量,从而对企业社会责任作出现实可行的规定。需要注意的是,企业的社会责任具有较强的道德属性,因此,在诉诸法律法规的同时,应当探索多方途径,以此来引导、推进企业承担社会责任。

注释:

① http://news.xinhuanet.com/newscenter/2008-09/11/content_9932071.htm. 2011年1月1日。

② 此说法系刘俊海教授于2009年6月18日在人的讲座上所提出来的, <http://www.civillaw.com.cn/article/default.asp?id=45972> 2011年1月1日。

③ 从严格意义上讲,企业的范畴包括公司,公司是企业的主要形式,也更具代表性,因此,本文在使用公司社会责任这一用语时,除非特别说明,亦即指企业社会责任。

④ 施天涛:《公司法》(第二版),法律出版社,2006年版,第49-51页。

⑤ [英] 尼科拉斯·波恩著:《公司法基础》(第三版),武汉大学出版社,2004年版,第59页。

⑥ 刘俊海教授于2009年6月18日在人的讲座内容, <http://www.civillaw.com.cn/article/default.asp?id=45972> 2011年1月1日。

⑦⑧⑨ 朱慈蕴:《公司的社会责任:游走于法律责任与道德准则之间》,《中外法学》2008(1)。

⑩ 郭富青:《公司社会责任:制度与规范解构》,北大法律信息网, http://article.chinalawinfo.com/Article_Detail.asp?ArticleID=53568 2011年1月1日。

⑪ 刘俊海教授于2009年6月18日在人的讲座内容, <http://www.civillaw.com.cn/article/default.asp?id=45972> 2011年1月1日。

⑫ 蒋建湘:《企业社会责任的法律化》,《中国法学》2010(5)。

⑬ 高其才:《法理学》,清华大学出版社,2007年版,第427-430页。

⑭ [日] 吾乡真一:《企业社会责任和国际法》,《中外法学》2006(5) 关于企业社会责任与国际法的关系,详见该文相关论述。限于讨论的范围,本文不再赘述。

⑮ 楼建波:《中国公司法第五条第一款的文义解释及实施路径——兼论道德层面的企业社会责任的意义》,《中外法学》2008(1)。